

SUPLEMENTO DE ESTILO
Y DECORACION DE PÁGINA/12.
SABADO 6 DE MARZO DE 2004.
AÑO 5. Nº 266.

profesionales

el jueves se abre el calendario de muestras de diseño con Ambientar/Regala, que promete traer las tendencias del mundo por su conexión con Francfort



Un Parque Urbano para Brandsen

POR MATÍAS GIGLI

La Cooperativa de Provisión de Obras y Servicios Públicos de Brandsen, 40 kilómetros al sur de La Plata, compró en el 2001 la vieja usina de leche del pueblo (foto). En estado de abandono luego de más de diez años de cierre de la empresa, la cooperativa se dispone a hacer uso de sus nueve hectáreas de campo y a adaptar a una nueva función la vieja estructura fabril. Lo interesante de este gran predio es que está inserto en los límites urbanos del partido, linda con el campo abierto y cuenta con una laguna artificial, que en la época de la usina de leche era utilizado como decantador del suero derivado de la producción procesada en la fábrica.

La idea fue tomando forma y, con la organización del Distrito 1 del Colegio de Arquitectos de la Provincia de Buenos Aires y el auspicio de la Federación Argentina de Entidades de Arquitectos, se lanzó un concurso de ideas y croquis preliminares para la creación de un Parque Urbano para esta localidad del suroeste bonaerense.

Los arquitectos del Distrito 1 nombraron como asesor a Rodolfo Morzilli, quien redactó las bases. La municipalidad fue representada por Carlos Mendizabal, secretario de Obras y Servicios Públicos, y Pablo Garófoli, director de Planeamiento.

El concurso llama a integrar el paisaje de campo bonaerense con actividades culturales, recreativas, deportivas y de viviendas. El proyecto es ambicioso: se incluye una sala de espectáculos preparada para ópera, ballet, teatro y conferencias para 600 personas; un microcine acondicionado para orquesta de cámara para 150 personas; un salón de exposiciones como galería de arte, con adecuación de uso de fiestas y recepciones para 200 personas.

La idea es acceder a convenios con el Instituto Cultural Bonaerense y contar con los elencos estables de la provincia. También acceder a exposiciones de arte de las colecciones de los museos provinciales.

El programa se complementa con una escuela de artes y oficios, un mercado de productos regionales, oficinas públicas, un polideportivo municipal, equipamiento gastronómico comercial, una plaza cívica, 50 lotes con viviendas individuales y un espacio verde público.

El proyecto tiene una superficie total de 10.000 metros cuadrados cubiertos, lo que representa un 50 por ciento de viviendas y otro 50 de equipamiento urbano. Esto implica ocupar sólo el 10 por ciento de las nueve hectáreas disponibles.

El concurso, que empezó en diciembre, ya está en la recta final –dentro de una semana será la entrega– y el próximo 6 de abril se sabrá el resultado. El llamado tiene como principal motivación brindar un atractivo a esta región de la provincia y lograr una reactivación que amplíe el miniturismo y ayude a generar nuevos puestos de trabajo. Para finalizar, las bases convocan a los arquitectos a proponer "ideas brillantes pero también realistas, que hagan posible que el sueño de hoy sea mañana una realidad". ■











Parte del elenco de la exposición: vailla de Bambúes, butaca de Team Fierro, y en la tapa una de las alfombras de Mizrahi.

Apto profesional

El jueves se inaugura el calendario de muestras de diseño en la Rural, con la apertura de Ambientar Buenos Aires-Regala Otoño, un salón especial para profesionales con las últimas tendencias. Con socios alemanes, promete acercar lo que se exhibe en Ambiente, la mayor feria especializada del mundo, que se realiza en Francfort.

POR LUJÁN CAMBARIERE

Con Ambientar Buenos Aires-Regala Otoño 2004, el Salón Internacional de Regalos, Artículos de Decoración, Diseño, Textil Hogar, el arte de la mesa, cocina y bazar, se inaugura el calendario local de ferias dedicadas al diseño. En esta oportunidad, gracias a la fusión de Indexport Messe Frankfurt –filial argentina del organizador líder en ferias profesionales a nivel mundial– y Regala –de trayectoria local– la muestra se produce como un desprendimiento de Ambiente, la feria internacional de bienes de consumo más importante del sector que se lleva a cabo en Francfort, Alemania.

Así, por primera vez, prometen los organizadores, el sector contará con una muestra en Latinoamérica orquestada a la usanza de las internacionales. El salón tendrá una superficie de 10.000 metros cuadrados en donde se presentarán más de 120 expositores frente a una concurrencia estimada de 10.000 visitantes profesionales. Esto es, arquitectos, decoradores y fundamentalmente compradores pertenecientes a grandes tiendas departamentales o locales comerciales fundamentalmente del país y de los limítrofes. Un ámbito especial donde descubrir de primera mano las nuevas propuestas de reconocidas marcas y diseñadores del sector, y además, mediante charlas y seminarios, ver el modo de ambientarlas.

De Alemania con amor

Parece que la internacionalidad del organizador este año hará la diferencia. "La experiencia de Messe Frankfurt realmente marca el carácter especial del salón", cuenta Alexandra Pacheco, directora del proyecto. "La gran diversidad de productos, la impecable sectorización que permite recorrerla de forma ordenada y, sobre todo, la enorme estructura y respaldo mundial con representaciones en más de cien países que incrementan el número de visitantes regionales e internacionales que han hecho a la trayectoria de 750 años de Frankfurt, estarán patentes en Buenos Aires", detalla Pacheco.

Fundamentalmente, la feria tiene como objetivo afianzar y promover las relaciones de los diseñadores y fabricantes con los mercados sudamericanos y de otras latitudes, donde se den mayores oportunidades de negocios para las empresas nacionales que estén en condiciones de exportar. Con delegaciones provenientes de Uruguay, Brasil, Perú y Paraguay, se hace una apuesta fuerte en este sentido. "Además, debido a la difusión internacional, llegarán especialmente algunos compradores de Estados Unidos, Inglaterra, España e Italia y también consumidores de un segmento cada vez más importante como lo son la industria hotelera y la gastronómica, que buscan la última vanguardia para sus equipamientos", suma Pacheco.

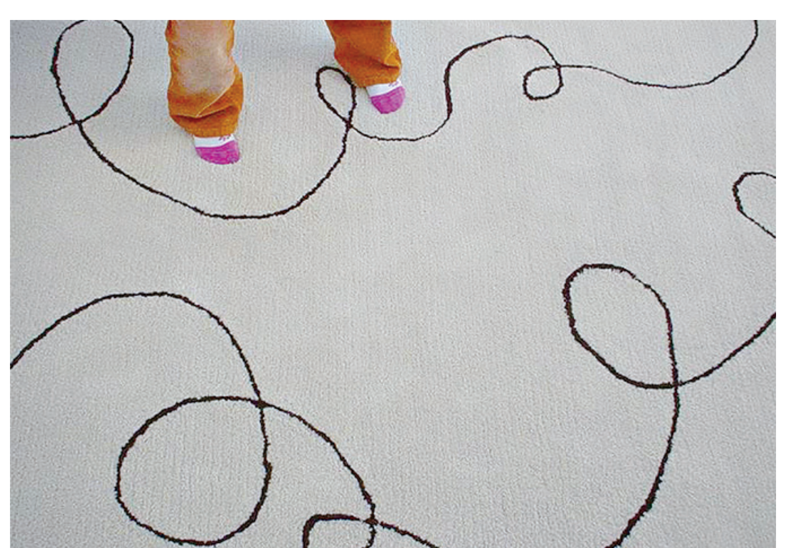
Dan el presente

Los sectores que abarca la exposición son los de artículos de decoración, artesanías, arte de la mesa (platería, cristalería, cubiertos, cerámica y porcelana), cocina, baño, iluminación, cuadros, textil para el hogar (telas, alfombras, cortinas, blanquería, pasamanería y almohadones), muebles, objetos, artefactos para terrazas y jardines; relojes, joyas y accesorios para distintas festividades como la Navidad, entre otros.

Así, etiquetas de larga trayectoria local podrán mostrar lo suyo –Arredo, Les Potiers, Volf y Plata Lappas–. Así como reconocidos diseñadores como es el caso del Grupo 2 x 4 conformado por el diseño contemporáneo realizado en cuero vacuno natural de Huella, los muebles de autor de Team Fierro, las alfombras de Vanina Mizrahi, los muebles de Strata Design y de Julio Oropel y las piezas en vidrio de Ana Manghi, recién llegados de Alemania.

Magdalena Boggiano, con sus objetos luminosos, la fábrica de vajilla y accesorios en cerámica Anfora & Barroco y los marcos y cuadros realizados por artesanos argentinos con motivos autóctonos e imágenes de vasijas precolombinas de Alberto Santomé, entre otros, también serán de la partida. Además, en un sector del predio un grupo de decoradores montará vidrieras donde presentarán los productos de los expositores exhibiéndolos de formas diversas. Dicho espacio contará con el apoyo del Centro de Color de América Latina. Y paralelamente, el Centro Metropolitano de Diseño tendrá su espacio dedicado al concurso "El Diseño es Negocio 2004" invitando a postularse a empresas y/o diseñadores para la selección de sus productos. El objetivo central es potenciar la red de comercialización de los productos que resulten elegidos para lo cual contarán con la presencia de un jurado externo. ■

Ambientar: *jueves y viernes de 14 a 21; sábado de 10 a 21; domingo de 10 a 19 horas. Entrada por invitación. Informes al 4543-1000, ambientar@indexport.com.ar, www.ambientar.ixmf.com*



El diseño en lo pequeño

Cuando se habla de diseños exitosos, suele pensarse en grandes cosas, en productos con alguna que otra mayúscula. Pero puede proponerse que la cancha en que se ve este tipo de pingo es de una escala pequeña y cotidiana. Por ejemplo, la de un saquito de té.

Mafalda decía, famosamente, que el de saquito es un té con vendajes quirúrgicos. Los bebedores serios lo desprecian como sinónimo de mal té, un papelito que mancha el borde del plato, desharrapado y mojado. Es, además, un objeto feo, abominablemente utilitario.

O mejor, era. Té José es una marca de infusiones de alto precio y calidad, que se exporta y se empieza a difundir cada vez más en el país, con un muy alto perfil en todo lo que haga al design. Por un lado, hay una gráfica minimalista, que implica que el contenido de las cajas es valioso y apreciable. Por otro lado, el contenido de algunas de esas cajas –las infusiones también vienen en hebras– son saquitos, éstos realmente novedosos.

En rigor, son bolsitas de muselina atadas a mano, profundamente parecidas a las "muñecas" que usan los pulidores o a las talqueras de las abuelas más remotas. En todo, estos saquitos se alejan del objeto industrial habitual: no son planos, no son de papel, no tienen esa "costura" del estampado a máquina. Pero lo mejor es el caso de la versión para bares, que se ve en esta foto. El saquito de té José para uso casero se completa con un simple hilo y una etiqueta. El de uso público está contenido en un cartón que dobla como etiqueta y como sostén: el saquito se queda parado.

Té José fue creado por tres amigos argentinos que vivieron aquí y allí, y fueron reuniendo experiencias culinarias, MBAs, títulos universitarios y roce. Noé Golomb es el inventor de este *neosaquito* elegante y presentable, Pablo Pinkus y Alejandro Pitashny complementan el trío que redescubrió que las infusiones nacionales –tés, piperita, cedrón, mosqueta, yerba– son excelentes pero suelen ser tratados y comercializados de un modo execrable.

Y se anotaron un design pequeño, cotidiano y verdaderamente original, que da gusto tener en la mano.

CAL Y ARENA

Cursos en la SCA
La SCA comienza sus cursos este mes. Se dicta en siete clases y dos visitas a obra, los martes de 19 a 21. El 16 empieza el de croquis arquitectónico, orientado a la práctica y al desarrollo de un lenguaje que permite la expresión, que se dicta los martes de 18 a 20 y de 20 a 22, y dura trece clases. El 19 se inaugura el de maquetas y modelos, trece clases en formato de taller dedicadas a desarrollar habilidades manuales y conceptos de espacialidad, que se dictan los viernes de 19 a 21. El 23 arranca el de Dirección de Obra, con orientación práctica y destinado a arquitectos jóvenes y alumnos de últimos cursos, una población que necesita transferencia de experiencia concreta. La información de los cursos está disponible en www.socearq.org, en *cursos@socearq.org* o en los teléfonos 4812-3644/ 5856/ 3986/ 4813-2375.

Premio para Easy
Easy está festejando el premio GIA, que acaba de otorgarle la International Housewares Association. El GIA distingue la excelencia de empresas de retail dedicadas al rubro de la construcción, remodelación, equipamiento de casa y jardín, y herramientas. El premio es decidido por la IHA y por un grupo de revistas especializadas, y es la primera vez que una empresa argentina lo gana. Easy lo recibirá en la exposición International Housewares Show que se realiza en Chicago entre el 20 y el 22 de marzo.

Estilo Pilar
El 25 de este mes se inaugura Estilo Pilar, esta vez en la Bahía Grande de Nordelta. Las 48 carpas del paseo de compras, los viveros y los espacios gastronómicos se instalarán entre palmeras y junto al agua, por lo que la feria tendrá una fuerte influencia fluvial. Como escenificación –cada edición suele tener un tema– se creará un puerto imaginario con calles, plazas y hasta un faro. Por supuesto, habrá muelles. Y los paisajistas se comprometieron a crear ámbitos en los que se valoricen las especies autóctonas. Estilo Pilar abrirá todos los días menos los lunes, hasta el 18 de abril. De martes a jueves, el horario es de 11 a 18, de viernes a domingo de 11 a 19. La entrada costará 12 pesos, con descuentos para jubilados y grupos, y sin cargo para los menores de 12 años.

Concurso de ideas
El segundo distrito de CAPBA inauguró el concurso provincial de ideas y croquis preliminares para un Plan Maestro del Club de Campo Monte Grande Rubgy Club. La única condición para participar es que por lo menos un miembro del equipo esté matriculado en la provincia de Buenos Aires. Informes y codiciones en *info@capba2.org.ar*, 4202-3049, Manuel Castro 1440, Banfield, y en todas las sedes del Colegio.


GUSTAVO MUJICA

El patrimonio no se filetea

La Dirección de Museos hizo un concurso para filetear casas en el Abasto, como supuesto homenaje al tango y a Gardel. Una manera "oficial" de maltratar fachadas de valor histórico cuyo absurdo, polemiza el autor, se destaca pensando qué pasaría si hacen lo mismo con el Colón.

POR MARCELO L. MAGADÁN
ARQUITECTO, ESP. EN RESTAURACIÓN.

Hasta no hace mucho, el patrimonio arquitectónico de Buenos Aires solía destruirse, mayormente, por la mala acción de los vecinos y la permisividad oficial. Ahora que el tema del patrimonio parece haberse puesto de moda, los políticos lo incorporaron a sus agendas. Fue así como comenzaron a desarrollarse acciones que mucho distan de procurar la buena conservación y la necesaria transmisión, a las futuras generaciones de porteños, de los rasgos materiales que testimonian la cultura local.

En este marco se desarrolla un nuevo fenómeno: el de la destrucción del patrimonio de la ciudad a partir de la ejecución de intervenciones erróneas impulsadas por entes del propio gobierno local. Dicho en otros términos, el Estado –aquel que debiera evitar que otros destruyan– destruye, empleando en esas acciones fondos del erario público y presentando como válidas ante la sociedad propuestas que contribuyen a la degradación de ciertos testimonios urbanos. En este caso, del ya bastardeado barrio del Abasto, que acaba de sufrir los embates de un "concurso de fileteado de fachadas" organizado por la Dirección General de Museos de la Secretaría de Cultura de la Ciudad, en el marco del primer aniversario del Museo Casa Carlos Gardel y de la semana del tango.

Si mal no recuerdo, los museos tienen entre sus premisas la de contribuir a conservar el patrimonio. Pintando encima una obra, cuyo valor artístico no forma parte de la discusión, la repartición que los dirige muestra a los vecinos la forma en que ellos también pueden destruir una fachada histórica. En este marco, es posible que algún funcionario proponga ejecutar una serie de murales sobre la lírica, a ser pintados sobre las cuatro fachadas del Teatro Colón. Artistas plásticos de calidad para llevar adelante la empresa no nos faltan.

Pensemos un momento. Si esta propuesta suena absurda, la de filetear fachadas del Abasto también. Porque bien sabemos que, históricas al fin, unas y otras construcciones tienen su importancia a la hora de dar cuenta de nuestro pasado.

En el Abasto se pretende festejar al tango. Ese tango que, de no haberlos demolido o transformado hasta lo absurdo, deberíamos encontrar en muchos de los ámbitos por donde transitaron tanto Gardel como los humildes ciudadanos a los que refieren las letras de la "canción ciudadana". Desaparecidos aquellos ámbitos de la mano del abandono y la desidia de vecinos y funcionarios, intentan hacer surgir la evocación a partir de peatonalizar una cortada, de colocarle un monumento al "zorzal criollo", de una casa dedicada al tango recuperada sin demasiado respeto y de un recorte de adoquines frente a esa casa, ahora convertida en museo. Esos ocho metros de adoquines –otrora típicos– tratan de dar cuenta de la calle cantada en los tangos. Pero cual acto fallido, en realidad dejan en claro la ausencia de esos mismos adoquines en el resto de la cuadra, del barrio y de casi toda Buenos Aires, donde fueron sepultados por una gruesa capa de progreso-asfalto.

Se pretende evocar al tango, a Gardel. Pero sin la presencia del Abasto de Gardel. La realidad que existe –la de los testimonios auténticos–, destruida, deja paso a la escenografía del mito. La historia edulcorada se re-construye a conveniencia, como en un set de filmación. El visitante que busca al famoso cantor y a los protagonistas de tantas historias de las que aquellas letras hablaron, no puede encontrarlos en las mesas de los cafés, en el sillón de la peluquería, en el depósito de frutas y verduras del antiguo mercado. Porque nada de eso queda. Entonces pensamos que podemos engañarlo un rato con el perfil del "morocho" pintado en algún frente. ■

Cómo fue el concurso

Las seis fachadas fileteadas están en la calle Jean Jaures al 700, la cuadra del Museo Casa Carlos Gardel. Es justamente por el primer aniversario del museo y por el sexto festival de tango que organiza la secretaría de Cultura porteña que se realizó el concurso de la Dirección General de Museos.

Hubo 80 artistas inscriptos y se premiaron seis, que realizaron sus proyectos en sendas fachadas de vecinos del museo, cedidas bajo contrato por un año. Los artistas seleccionados son Mariano Cappiello (Jean Jaures 715), Garín Papaleo (Jean Jaures 717), Tulio Ovando (Jean Jaures 709), Diego Prenollio (Jean Jaures 751), Marcos Inza (Jean Jaures 736/738), Horacio Luis Vega (Jean Jaures 730).

Según su documentación y textos de prensa, el concurso busca "revalorizar los alcances de este arte popular". También se recuerda que estaba presente en el Abasto a través de los "carros y camiones fileteados" –curiosamente, no se menciona a los colectivos–. Lo que no se dice en ninguna parte es que el fileteado es inconcebible en un edificio: es un arte para vehículos, realizado sobre madera o metal.

La Dirección de Museos es la misma que tiene en carpeta el proyecto de reforma de los museos de arte moderno y del cine en pleno San Telmo, que implica la total destrucción del valor patrimonial de la fábrica de cigarrillos Piccardo, que aloja al MAM.